



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESION DE **26/12/2024**

CONSEJERIA DE TURISMO, CULTURA JUVENTUD Y DEPORTES

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: **38**

ASUNTO: PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DEL GASTO AL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA, PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PROMOCIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN BARCELONA Y FRANCIA, PARA LOS AÑOS 2025 Y 2026.

Orden	Nombre del documento	Tipo de acceso (total / parcial / reservado)	Motivación del acceso parcial o reservado
01.	Informe necesidad e idoneidad	TOTAL	
02.	Certificado existencia crédito	TOTAL	
03.	Propuesta autorización de gasto Director General ITREM	TOTAL	
04.	Informe Jurídico	TOTAL	
05	Propuesta elevación a Consejo de Gobierno_Firmada	TOTAL	
06	Certificación del Consejo de Gobierno	TOTAL	

Según lo establecido en el artículo 14.3.c) de la Ley 12/2014, de 16 de diciembre de 2014, de Transparencia y Participación Ciudadana de la Región de Murcia y siguiendo las instrucciones establecidas por la Comisión de Secretarios Generales de 21 de diciembre de 2015, se propone el límite de acceso a los documentos arriba indicados y su correspondiente motivación.

EL JEFE DE SERVICIO JURÍDICO

Fdo.:

(Documento firmado electrónicamente al margen)



INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PROMOCIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN BARCELONA Y FRANCIA.

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

En cumplimiento de dichos objetivos el ITREM viene realizando diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

En la Región de Murcia el sector turístico se ha posicionado en los últimos años como una de las principales industrias, con una destacada contribución al impulso de la economía y del bienestar. Prueba de ello es su creciente peso en la economía. Y es que, con un aumento del PIB turístico hasta los casi 3.700 millones de euros, el sector incrementó su participación en el PIB regional en un punto en los cinco años anteriores a la pandemia, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019, referencia a recuperar como escenario de normalidad.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar 'Región de Murcia – Costa Cálida' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por otra parte, la planificación estratégica de la Región de Murcia prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Dentro de dicha estrategia, se ha realizado una selección de mercados emisores dentro del turismo nacional e internacional, los cuales, por diversos motivos se han marcado como prioritarios en cuanto a la realización de acciones específicas de promoción y/o comercialización. Para ellos se tienen en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los



mismos y las posibilidades de incremento del número de turistas ya que son mercados al alza, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

Considerando lo anterior, uno de los mercados prioritarios sería **FRANCIA**, país desde el cual, durante el conjunto del año 2023, han viajado a la Región de Murcia la cifra de 186.782 turistas franceses siendo el segundo mercado internacional para la Región de Murcia, lo que supone un 19,1% de cuota de los mercados emisores de turismo extranjero. El mercado emisor francés también es el segundo en gasto turístico con un peso del 16.3%. Estas cifras suponen un 21.4% de incremento del turista procedente de Francia con respecto al año 2022, donde nos visitaron 153.570 personas, suponiendo una cuota de mercado de un 18,7%. Atendiendo a la distribución de viajeros franceses en establecimientos hoteleros de la Región de Murcia, el 59,3% se alojaron en ciudades, el 21,8% en costa y el 18,9% en interior, siendo por lo tanto un turista con potencial desestacionalizador.

De enero a septiembre 2024, Francia vuelve a ser el segundo mercado, con 198.549 turistas, y un aumento del 38,7% en relación con 2023 en el mismo periodo. El turismo de Francia supuso el 21,7% del turismo internacional recibido en este periodo y también el segundo en gasto turístico, con 220,9 millones de euros y con un peso del 17,6%.

Por otra parte, y ya dentro del mercado emisor nacional, la provincia de **BARCELONA** tiene una población alrededor de los 6 millones de habitantes lo que la convierte en la segunda comunidad por población de España. En cuanto a la ciudad de Barcelona, tiene cerca de 1,7 millones habitantes en 2024, siendo la segunda ciudad más poblada de España después de Madrid, y la décima de la Unión Europea (INE).

La afluencia de turistas de Cataluña a la Región de Murcia durante 2023 fue de 178.611 visitantes, contemplando tanto el alojamiento colectivo como el privado en segundas residencias. La cuota de mercado del turismo de los residentes en Cataluña con respecto al procedente del conjunto de comunidades autónomas asciende hasta el 4,5% en el año 2023, representando un aumento de un 103% con respecto al año 2022. Si atendemos a la distribución por zonas, el 62,7% se alojó en ciudades, el 22,2% en costa y el 15,1% en interior. Por lo tanto, el turismo procedente de Barcelona también tiene un potencial desestacionalizar importante para la Región de Murcia.

Además, debemos considerar que ambos mercados emisores no disponen de un transporte público óptimo hacia la Región de Murcia, siendo el transporte privado el más conveniente, aun así, con una duración de viaje no inferior a las 6 horas de desplazamiento. Este sería el ejemplo de Barcelona, el destino objeto de esta licitación



más cercano, donde el desplazamiento en tren tiene una duración de viaje mínimo de 7 horas con paradas intermedias en el trayecto, o el autobús con una duración de entre 8 y 10 horas de viaje.

Por otra parte, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

Así y una vez establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing promocional para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia.

Para ello, y en cuanto a los soportes publicitarios a utilizar, se busca la selección del mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, banners app, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo, si bien, en cuanto al reparto de la inversión, no se podrá destinar más del 50% del coste total de las acciones propuestas a medios propiedad de la empresa adjudicataria.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de marketing de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de campañas de marketing para promocionar el destino Región de Murcia en los mercados anteriormente mencionados, en los cuales o ya hay conectividades o existen compañías que piensan establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de UN MILLÓN OCHOCIENTOS QUINCE MIL EUROS (1.815.000,00 €), IVA incluido.

De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA excluido, incluyendo la posible prórroga del contrato.



El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a un millón quinientos mil euros (1.500.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar la prórroga prevista de un millón quinientos mil euros (1.500.000,00 €) IVA excluido.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de tres millones seiscientos treinta mil euros (3.630.000,00 €), para los dos años de duración del contrato, incluyendo la prórroga.

Por todo lo expuesto la directora de la Oficina de Promoción emite el presente informe de necesidad e idoneidad, así como de estimación del valor de la contratación.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica.

Directora Oficina de Promoción
Instituto de Turismo de la Región de Murcia



Certificación de Existencia de Crédito.

D. _____, como jefe del Área Económico-Presupuestaria del Instituto de Turismo de la Región de Murcia,

CERTIFICA

Que, con relación al concepto presupuestario del área de PR **(Promoción)**, se prevé destinar durante los ejercicios 2025 y 2026 la cantidad de **3.630.000,00€** en concepto de **“MARKETING POSICIONAMIENTO - BARCELONA Y FRANCIA.”**.

Desglose del gasto por ejercicios:

<u>Ejercicio</u>	<u>Importe previsto</u>
2025	1.815.000,00€
2026	1.815.000,00€
Total	3.630.000,00€

Para hacer frente al gasto descrito en el párrafo anterior, en el presupuesto del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) se ha formalizado la existencia de crédito suficiente dentro del área de PR. (Promoción), mediante la RC1673/2024, denominada **“MARKETING POSICIONAMIENTO BARCELONA Y FRANCIA: Licitación marketing Barcelona y Francia”**, con una dotación presupuestaria por importe de **3.630.000,00€**.

Y para que conste y a los efectos oportunos, expido el presente en Murcia al día de la firma electrónica.

Jefe del Área Económico-Presupuestaria
del Instituto de Turismo de la Región de Murcia



PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN A LA CONSEJERA DE TURISMO, CULTURA, JUVENTUD Y DEPORTES DE LA REALIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PROMOCIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN BARCELONA Y FRANCIA.

PRIMERO.- El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

SEGUNDO.- El artículo 34.1 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, y en su redacción dada por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, establece que *“Todas las unidades integrantes del sector público regional que propongan la realización de gastos de naturaleza contractual o subvencional que superen la cifra de 60.000 euros deberán solicitar la autorización del titular de la consejería de la que dependan o a la que estén adscritas, antes de la licitación o de publicar la convocatoria, en caso de subvenciones de concurrencia competitiva, o de acordar su concesión, en caso de subvenciones de concesión directa.”*

TERCERO.- En cumplimiento de dichos objetivos el ITREM viene realizando diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia – Costa Cálida como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y la mejora del posicionamiento de ‘Región de Murcia - Costa Cálida’ como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por ello se considera de interés la realización de campañas de co-marketing para la mejora del posicionamiento del destino en Barcelona y Francia, así como el que puedan contar con conectividades aéreas directas con la región, sin olvidar el que sean zonas que pueden emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la región durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

A efecto de la valoración económica del contrato, se adjunta al presente un informe de valoración de campaña de co-marketing elaborado por la Oficina de Promoción del ITREM, pudiendo fijarse el presupuesto base de licitación para un año y para el conjunto de lotes, la cantidad de UN MILLÓN OCHOCIENTOS QUINCE MIL EUROS (1.815.000,00 €), IVA incluido, y el



valor estimado del contrato es de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA excluido, incluyendo la posible prórroga del contrato. Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21% supone un gasto total de tres millones seiscientos treinta mil euros (3.630.000,00 €), para los dos años de duración del contrato, incluyendo la prórroga.

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN: 1.815.000,00 €, IVA incluido.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: 3.630.000,00 €, IVA incluido.

PARTIDA PRESUPUESTARIA: RC1673

DURACIÓN: Ejercicio 2025

POSIBLES PRÓRROGAS: 2026

Visto lo anterior y de conformidad con dispuesto en el artículo 34.2 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, en su redacción dada por la D.A. trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, y dado que el gasto para el Instituto de Turismo sobrepasa los 300.000,00 euros, **se propone a la Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes la elevación a Consejo de Gobierno** de la siguiente propuesta de

ACUERDO

Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia para la realización del gasto en la cuantía de tres millones seiscientos treinta mil euros (3.630.000,00 €), IVA incluido, con carácter previo correspondiente a la contratación de un servicio de marketing promocional para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia, para los dos años de duración máxima.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Juan Francisco Martínez Carrasco



INFORME JURÍDICO

SOLICITANTE: INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (ITREM)

REF.: 24AG230IMU

ASUNTO: Autorización de gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia para la contratación de un servicio de marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia.

Con fecha 20 de diciembre se ha recibido la Propuesta del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante, ITREM), de fecha 19 de diciembre de 2024, para la autorización del gasto para la contratación de un servicio de marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia.

En relación con el asunto referenciado, en virtud del artículo 8 del Decreto del Presidente n.º 19/2024, de 15 de julio, de Reorganización de la Administración Regional, la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes ejercerá competencias en materia de cultura y de conformidad con el artículo 7 del Decreto n.º 86/2024, de 13 de junio, por el que se establece la estructura orgánica de la Secretaría General de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, es competente este Servicio Jurídico para emitir este informe, en base a los siguientes

I. ANTECEDENTES

El expediente remitido consta de la siguiente documentación:

- Borrador de Propuesta de elevación al Consejo de Gobierno.
- Propuesta del Director General del ITREM
- Informe de necesidad e idoneidad de la Directora de la Oficina de Promoción del ITREM.
- Certificación de existencia de crédito adecuado y suficiente del Área Económico-Presupuestaria del ITREM.



II. CONSIDERACIONES JURÍDICAS

PRIMERA. Normativa aplicable

Por lo que se refiere al marco normativo, se encuadra en la regulación que, con carácter general, establecen las siguientes normas:

- Ley 40/2015, de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público.
- Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia.
- Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la administración pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016.
- Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional

SEGUNDA. Naturaleza y adscripción del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM)

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante, ITREM) es una entidad pública empresarial dependiente de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada. Siguiendo la previsión del artículo 40.1 de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el ITREM fue creado mediante la Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, en el Título III, Capítulo IV, artículos 56 a 66, recogiendo en ellos toda la regulación que obligatoriamente debe recoger la ley por la que se cree este tipo de organismos públicos.

El artículo 57.2 de la citada Ley 14/2012, de 27 de diciembre indica que corresponde al mismo como fines generales *“la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política regional”*.



Adscripción.

La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, de conformidad con el artículo 8 del Decreto del Presidente n.º 19/2024, de 15 de julio, de Reorganización de la Administración Regional (BORM número 164 de 16/07/2024), es el departamento de la CARM encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en materia de turismo.

Dichas competencias las ejerce a través de la entidad pública empresarial Instituto de Turismo de la Región de Murcia, en virtud del Decreto n.º 243/2023, de 22 de septiembre, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, que adscribe a la misma a "el Instituto de Turismo de la Región de Murcia".

TERCERA. Objeto y finalidad.

Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 3.000.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 3.630.000,00 €, € IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia para los años 2025 y 2026.

Según establece el Informe de necesidad e idoneidad, de fecha 28 de noviembre de 2024, de la Directora de la Oficina de Promoción del ITREM:

"El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

En cumplimiento de dichos objetivos el ITREM viene realizando diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

Informe jurídico Autorización al ITREM para realización gasto contratación servicio marketing promocional Barcelona y Francia



En la Región de Murcia el sector turístico se ha posicionado en los últimos años como una de las principales industrias, con una destacada contribución al impulso de la economía y del bienestar. Prueba de ello es su creciente peso en la economía. Y es que, con un aumento del PIB turístico hasta los casi 3.700 millones de euros, el sector incrementó su participación en el PIB regional en un punto en los cinco años anteriores a la pandemia, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019, referencia a recuperar como escenario de normalidad.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar 'Región de Murcia – Costa Cálida' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por otra parte, la planificación estratégica de la Región de Murcia prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Dentro de dicha estrategia, se ha realizado una selección de mercados emisores dentro del turismo nacional e internacional, los cuales, por diversos motivos se han marcado como prioritarios en cuanto a la realización de acciones específicas de promoción y/o comercialización. Para ellos se tienen en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos y las posibilidades de incremento del número de turistas ya que son mercados al alza, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

*Considerando lo anterior, uno de los mercados prioritarios sería **FRANCIA**, país desde el cual, durante el conjunto del año 2023, han viajado a la Región de Murcia la cifra de 186.782 turistas franceses siendo el segundo mercado internacional para la Región de Murcia, lo que supone un 19,1% de cuota de los mercados emisores de turismo extranjero. El mercado emisor francés también es el segundo en gasto turístico con un peso del 16.3%. Estas cifras suponen un 21.4% de incremento del turista procedente de Francia con respecto al año 2022, donde nos visitaron 153.570 personas, suponiendo una cuota de mercado de un 18,7%. Atendiendo a la distribución de viajeros franceses en*



establecimientos hoteleros de la Región de Murcia, el 59,3% se alojaron en ciudades, el 21,8% en costa y el 18,9% en interior, siendo por lo tanto un turista con potencial desestacionalizador.

De enero a septiembre 2024, Francia vuelve a ser el segundo mercado, con 198.549 turistas, y un aumento del 38,7% en relación con 2023 en el mismo periodo. El turismo de Francia supuso el 21,7% del turismo internacional recibido en este periodo y también el segundo en gasto turístico, con 220,9 millones de euros y con un peso del 17,6%.

*Por otra parte, y ya dentro del mercado emisor nacional, la provincia de **BARCELONA** tiene una población alrededor de los 6 millones de habitantes lo que la convierte en la segunda comunidad por población de España. En cuanto a la ciudad de Barcelona, tiene cerca de 1,7 millones habitantes en 2024, siendo la segunda ciudad más poblada de España después de Madrid, y la décima de la Unión Europea (INE).*

La afluencia de turistas de Cataluña a la Región de Murcia durante 2023 fue de 178.611 visitantes, contemplando tanto el alojamiento colectivo como el privado en segundas residencias. La cuota de mercado del turismo de los residentes en Cataluña con respecto al procedente del conjunto de comunidades autónomas asciende hasta el 4,5% en el año 2023, representando un aumento de un 103% con respecto al año 2022. Si atendemos a la distribución por zonas, el 62,7% se alojó en ciudades, el 22,2% en costa y el 15,1% en interior. Por lo tanto, el turismo procedente de Barcelona también tiene un potencial desestacionalizar importante para la Región de Murcia.

Además, debemos considerar que ambos mercados emisores no disponen de un transporte público óptimo hacia la Región de Murcia, siendo el transporte privado el más conveniente, aun así, con una duración de viaje no inferior a las 6 horas de desplazamiento. Este sería el ejemplo de Barcelona, el destino objeto de esta licitación más cercano, donde el desplazamiento en tren tiene una duración de viaje mínimo de 7 horas con paradas intermedias en el trayecto, o el autobús con una duración de entre 8 y 10 horas de viaje.

Por otra parte, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés



por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

Así y una vez establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing promocional para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia.

Para ello, y en cuanto a los soportes publicitarios a utilizar, se busca la selección del mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, banners app, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo, si bien, en cuanto al reparto de la inversión, no se podrá destinar más del 50% del coste total de las acciones propuestas a medios propiedad de la empresa adjudicataria.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de marketing de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de campañas de marketing para promocionar el destino Región de Murcia en los mercados anteriormente mencionados, en los cuales o ya hay conectividades o existen compañías que piensan establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de UN MILLÓN OCHOCIENTOS QUINCE MIL EUROS (1.815.000,00 €), IVA incluido.

De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA excluido, incluyendo la posible prórroga del contrato.”

CUARTA. Tramitación

- El artículo 34 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, y en su redacción dada por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, establece en sus



números 1 y 2, que:

“1. Las unidades integrantes del sector público regional referidas en los párrafos c) y d) del artículo 1 de la Ley 4/2010, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2011 que se propongan la realización de gastos de naturaleza contractual o subvencional que superen la cifra de 60.000 euros, deberán solicitar la autorización del titular de la consejería de la que dependan o a la que estén adscritas, antes de la licitación o de publicar la convocatoria, en caso de subvenciones de concurrencia competitiva, o de acordar su concesión, en caso de subvenciones de concesión directa.

2. La petición de autorización será elevada para su otorgamiento por el Consejo de Gobierno si el gasto a autorizar supera la cantidad de 300.000 euros.”

- Asimismo, el **artículo 16, apartado 2.c)**, de la **Ley 7/2004**, de 28 de diciembre, de organización y régimen jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el cual dispone que:

“Los consejeros, en cuanto titulares de sus respectivas consejerías, ejercen las funciones siguientes:

c) La elevación al Consejo de Gobierno de los anteproyectos de ley o proyectos de decreto, así como de las propuestas de acuerdos que afecten a su departamento.”

III. CONCLUSIÓN

En atención a todo lo expuesto, se **informa favorablemente** la propuesta de autorización para la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 3.000.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 3.630.000,00 €, IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia para los años 2025 y 2026., sin perjuicio de la documentación e informes que se emitan en el momento procedimental oportuno durante la contratación.

El Jefe de Servicio Jurídico

(Documento fechado y firmado electrónicamente al margen)



AL CONSEJO DE GOBIERNO

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

En cumplimiento de dichos objetivos el ITREM viene realizando diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia – Costa Cálida como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

En la Región de Murcia el sector turístico se ha posicionado en los últimos años como una de las principales industrias, con una destacada contribución al impulso de la economía y del bienestar. Prueba de ello es su creciente peso en la economía. Y es que, con un aumento del PIB turístico hasta los casi 3.700 millones de euros, el sector incrementó su participación en el PIB regional en un punto en los cinco años anteriores a la pandemia, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019, referencia a recuperar como escenario de normalidad.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar ‘Región de Murcia – Costa Cálida’ como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por otra parte, la planificación estratégica de la Región de Murcia prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Dentro de dicha estrategia, se ha realizado una selección de mercados emisores dentro del turismo nacional e internacional, los cuales, por diversos motivos se han marcado como prioritarios en cuanto a la realización de acciones específicas de promoción y/o comercialización. Para ellos se tienen en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos y las posibilidades de incremento del número de turistas ya que son mercados al alza, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

Considerando lo anterior, uno de los mercados prioritarios sería **FRANCIA**, país desde el cual, durante el conjunto del año 2023, han viajado a la Región de Murcia la cifra de 186.782 turistas franceses siendo el segundo mercado internacional para la Región de Murcia, lo que supone un 19,1% de cuota de los mercados emisores de turismo extranjero. El mercado emisor francés también es el segundo en gasto turístico con un peso del 16.3%. Estas cifras suponen un 21.4% de incremento del turista procedente de Francia con respecto al año 2022, donde nos visitaron 153.570 personas, suponiendo una cuota de mercado de un 18,7%. Atendiendo a la distribución



de viajeros franceses en establecimientos hoteleros de la Región de Murcia, el 59,3% se alojaron en ciudades, el 21,8% en costa y el 18,9% en interior, siendo por lo tanto un turista con potencial desestacionalizador.

De enero a septiembre 2024, Francia vuelve a ser el segundo mercado, con 198.549 turistas, y un aumento del 38,7% en relación con 2023 en el mismo periodo. El turismo de Francia supuso el 21,7% del turismo internacional recibido en este periodo y también el segundo en gasto turístico, con 220,9 millones de euros y con un peso del 17,6%.

Por otra parte, y ya dentro del mercado emisor nacional, la provincia de **BARCELONA** tiene una población alrededor de los 6 millones de habitantes lo que la convierte en la segunda comunidad por población de España. En cuanto a la ciudad de Barcelona, tiene cerca de 1,7 millones habitantes en 2024, siendo la segunda ciudad más poblada de España después de Madrid, y la décima de la Unión Europea (INE).

La afluencia de turistas de Cataluña a la Región de Murcia durante 2023 fue de 178.611 visitantes, contemplando tanto el alojamiento colectivo como el privado en segundas residencias. La cuota de mercado del turismo de los residentes en Cataluña con respecto al procedente del conjunto de comunidades autónomas asciende hasta el 4,5% en el año 2023, representando un aumento de un 103% con respecto al año 2022. Si atendemos a la distribución por zonas, el 62,7% se alojó en ciudades, el 22,2% en costa y el 15,1% en interior. Por lo tanto, el turismo procedente de Barcelona también tiene un potencial desestacionalizar importante para la Región de Murcia.

Para ello, y en cuanto a los soportes publicitarios a utilizar, se busca la selección del mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, banners app, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo, si bien, en cuanto al reparto de la inversión, no se podrá destinar más del 50% del coste total de las acciones propuestas a medios propiedad de la empresa adjudicataria.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de marketing de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de campañas de marketing para promocionar el destino Región de Murcia en los mercados anteriormente mencionados, en los cuales o ya hay conectividades o existen compañías que piensan establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) que señala que siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes, por lo que esta contratación se llevará a cabo a través de 2 LOTES.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de UN MILLÓN OCHOCIENTOS QUINCE MIL EUROS (1.815.000,00 €), IVA incluido.



De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA excluido, incluyendo la posible prórroga del contrato.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a un millón quinientos mil euros (1.500.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar la prórroga prevista de un millón quinientos mil euros (1.500.000,00 €) IVA excluido.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de tres millones seiscientos treinta mil euros (3.630.000,00 €), para los dos años de duración del contrato, incluyendo la prórroga.

La elaboración del presupuesto base de licitación se ha realizado teniendo en cuenta los precios de mercado, la madurez del mercado y nuestra experiencia previa en contrataciones similares.

Visto lo anterior y de conformidad con dispuesto en el artículo 34.2 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, en su redacción dada por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, y dado que el gasto sobrepasa los 300.000 euros, se propone la **elevación a Consejo de Gobierno** de la siguiente propuesta de,

A C U E R D O

Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 3.000.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 3.630.000,00 €, IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de marketing promocional para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia para los años 2025 y 2026.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

LA CONSEJERA DE TURISMO, CULTURA, JUVENTUD Y DEPORTES

Carmen María Conesa Nieto



**DON MARCOS ORTUÑO SOTO, SECRETARIO DEL CONSEJO DE
GOBIERNO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA.**

CERTIFICO: Que, según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día veintiséis de diciembre de dos mil veinticuatro, a propuesta de la Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, el Consejo de Gobierno acuerda autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 3.000.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 3.630.000,00 €, IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de marketing promocional para, el posicionamiento del destino Región de Murcia en Barcelona y Francia para los años 2025 y 2026.

Y para que conste y a los precedentes efectos, expido, firmo y sello la presente en Murcia a la fecha de la firma electrónica recogida al margen.